

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan serangkaian proses penelitian, pengolahan data hingga analisis data, peneliti dapat menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan tayangan Reportase Investigasi terhadap persepsi ibu rumah tangga di daerah Babarsari, Kelurahan Catur Tunggal, Yogyakarta tentang makanan dan jajanan tidak sehat.

Maka dari itu berbagai kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan perolehan data, antara lain:

1. Hipotesa yang terbukti dalam penelitian Pengaruh Terpaan tayangan Reportase Investigasi terhadap persepsi ibu rumah tangga tentang makanan dan jajanan tidak sehat adalah hipotesa alternatif yaitu “Ada pengaruh terpaan tayangan Reportase Investigasi terhadap persepsi ibu rumah tangga tentang makanan dan jajanan tidak sehat. Hipotesis ini merupakan hipotesa yang menyatakan bahwa ada hubungan antara variabel yang ada. Hasil hipotesa mengacu pada hasil hitung regresi sederhana yang menunjukkan hasil  $0,00 < 0,60$  berarti nilai  $\text{Sig} < \alpha$  atau signifikan.
2. Besarnya pengaruh terpaan tayangan Reportase Investigasi terhadap persepsi ibu rumah tangga di daerah Babarsari berjumlah sebesar 70%. Dengan kata lain, sebesar 30% dari persepsi ibu rumah tangga di daerah

Babarsari ditentukan oleh faktor-faktor lain diluar faktor intensitas menonton tayangan Reportase Investigasi. Faktor lain ini misalnya adalah faktor pendidikan, faktor ekonomi dan lain sebagainya.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang terkait dengan penelitian sejenis. Semoga saran yang disampaikan dapat membantu dan memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya.

Berikut adalah beberapa saran yang mengacu pada penentuan yang telah dilakukan:

1. Kuisisioner dalam penelitian ini, khususnya di bagian pertanyaannya yang memiliki kecenderungan terlalu terbuka dan menghasilkan opini. Sebagai contoh dalam penelitian ini adalah pertanyann seperti “Reportase Investigasi menyajikan informasi yang menarik untuk ibu rumah tangga”. Seharusnya pertanyaan-pertanyaan tersebut dilayangkan berdasarkan pengetahuan dan informasi yang disajikan oleh program berita sesuai dengan apa yang ditayangkan. Misalnya dengan menanyakan tanggal episode makanan dan jajanan yang tidak sehat yang ditayangkan di Reportase Investigasi TRANS TV.
2. Jumlah pertanyaan yang ada di dalam kuisisioner tidak dapat dibuat berdasarkan keputusan peneliti, melainkan harus didasari pola sesuai teori yang digunakan. Misalnya, dalam penelitian ini menggunakan tiga buah

pertanyaan dalam setiap sub bab pertanyaan persepsi ibu rumah tangga.

Jumlah pertanyaan tiap sub bab variabel persepsi dalam kuisisioner seharusnya dibuat sesuai dengan jumlah kebutuhan yang tersaji dalam teori persepsi. Sebagai contoh, di dalam variabel terdapat lima aspek yang harus diketahui. Maka dari itu, jumlah pertanyaan yang harus dibuat adalah sebanyak lima sub bab variabel dan masing-masing diberi pertanyaan yang lebih spesifik tentang persepsi dari teori yang sudah ada.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih fokus dalam melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi audiens terkait tayangan Reportase Investigasi tentang makanan dan jajanan tidak sehat ini. Dilihat dari hasil penelitian ini bahwa terpaan tayangan hanya sedikit mempengaruhi responden sedangkan yang lain dipengaruhi oleh faktor lain di luar terpaan media. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mempertajam faktor-faktor lain yang mempengaruhi responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mochamad. 2004. *Psikologi Remaja, Edisi Pertama*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K., 2000. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, ed. 2nd, USA: Wadsworth.
- Creswell, John. W. 2010. *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Profesional Book. Hal: 41.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya. Hal :25.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya. Hal :178.
- Indah, W. Desi. 2010. *Pengaruh Terpaan Tayangan Reportase Investigasi di Trans TV Terhadap Perilaku Pemilihan Produk Makanan* (Studi Pada Ibu – Ibu Rumah Tangga RW 05 Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing, Kota Malang), *Skripsi Komunikasi*, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Jalaluddin, Rakhmat. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung :Remaja Rosdakarya . Hal :17
- Koentjaraningrat. 1985 . *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. *Marketing: Planning, Implintations and Controls* . ed 8, NJ: Prentice Hall. Englewood Cliffs. Hal :250.
- Krisyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Liliweri, Alo. 1991 .*Memahami Peranan Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung :PT. Citra Aditya Bakti . Hal :39.
- McQuail, Dennis. 1991. *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga. Hal : 54.
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi, Pengantar*. Bandung: Remaja Rosadakarya. Hal : 168.

Morealle, Sherwyn P., Brian H Spitzberg, J. Kevin Barge .2007 .*Human Communication : Motivasi, Knowledge, and Skills* (Second Edition) . Thomson Higer Education, Belmont : USA. Hal :37.

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Pohan, Yuvita Amalia. 2011. *Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Program Berita TV Tentang Isu Bakteri E. Sakazaki Dalam Susu Formula Dan Citra IPB*, (Studi Kasus Desa Cimanggu I, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor), Skripsi Institute Pertanian Bogor, Bogor.

Purwanto. 2007. *Instrumen Penelitian Sosial & Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal :230.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Sarwono, Jonathan. 2005. *Riset Pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta : Penerbit Andi. Hal :118.

Setiaji, Bambang. 2004. *Riset dengan Pendekatan Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press. Hal :48.

Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : Pustaka LP3ES.

Solomon, Michael, R.. 1996. *The Role Of Products As Social Stimuli: A Symbolic Interactive Prespective*. Journal of Consumer Research.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung :CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2005. *Stastistik untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.

Sunarjo, Djoenarsih, S., 1997. *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Tubbs, Stewart, Slylia Moss. 1996. *Human Communication*. Bandung : Remaja Rosdakarya. Hal :65.

Walgito, B. 1990. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Offset. Hal :25.

Walgito, B. 1997. *Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Offset. Hal :74.

## KUISIONER

Dalam rangka penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Reportase Investigasi TRANS TV mengenai makanan dan jajanan tidak sehat terhadap Ibu – Ibu Rumah Tangga”, saya Agatha Bayu Warnani mahasiswi Universitas Atmajaya Yogyakarta program studi Komunikasi meminta kesediaannya untuk berkenan mengisi kuisisioner ini dan atas kerjasama semuanya saya ucapkan terimakasih.

Apakah anda pernah menonton acara “Reportase Investigasi” di Trans TV?

- a. Ya
- b. Tidak

Jika anda menjawab ‘ya’, maka silahkan melanjutkan pertanyaan selanjutnya.  
Jika anda menjawab ‘tidak’, maka Nukup sampai disini. Anda tidak perlu meneruskan pertanyaan selanjutnya

### Data Responden

**Nama** :

**Usia** :

- a. Di bawah 25 tahun
- b. 25 – 30 tahun
- c. Di atas 30 tahun

**Pendidikan** :

- a. SMA / SMK
- b. D3
- c. S1
- d. S2

Silahkan menjawab sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang telah tersedia dibawah ini:

1. Berapa pendapatan Anda dalam sebulan?
  - a. < Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
  - c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
  - d. > Rp 3.000.000

#### **TERPAAN MEDIA**

Selanjutnya silahkan mengisi pertanyaan berikut dengan member tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

#### **Frekuensi dan Durasi**

2. Seberapa sering Anda menonton “Reportase Investigasi” TRANS TV dalam 3 bulan ?
  - a. < 5 kali
  - b. 5 – 10 kali
  - c. 5 – 15 kali
  - d. > 15 kali
3. Seberapa sering Anda menonton “Reportase Investigasi” TRANS TV tentang makanan dan jajanan tidak sehat dalam 3 bulan ?
  - a. < 5 kali
  - b. 5 – 10 kali
  - c. 10 – 15 kali
  - d. > 15 kali
4. Faktor apa saja yang mempengaruhi Anda dalam menonton “Reportase Investigasi” TRANS TV ?
  - a. isi berita atau topik berita
  - b. hanya ingin tahu
  - c. mengisi waktu luang
  - d. atau faktor lainnya. Sebutkan! .....

5. Seberapa lama Anda mengikuti perkembangan pemberitaan yang ditayangkan “Reportase Investigasi” TRANS TV tentang makanan dan jajanan tidak sehat setiap hari Sabtu dan Minggu ?
  - a. 5 kali
  - b. 5 – 10 kali
  - c. 10 – 15 kali
  - d. > 15 kali
6. Seberapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk memahami acara “Reportase Investigasi” TRANS TV ?
  - a. < 5 menit
  - b. 5 – 10 menit
  - c. 10 – 15 menit
  - d. > 15 menit

Selanjutnya silahkan mengisi pertanyaan berikut dengan mencetang (√) pada pilihan yang Anda pilih antara STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju).

**Variabel Independen (X) untuk Pengaruh Terpaan Tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV**

**1. Kemasan Acara**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya penyajian berita kriminal yang dibahas dalam tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV sudah menarik					
2.	Penyampaian tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV lebih lengkap dengan penyampaian tayangan berita kriminal lainnya					
3.	Menurut saya penyajian berita “Reportase Investigasi” TRANS TV perlu ditambahkan hasil-hasil penelitian yang memadai					



4.	Menurut saya pembawa berita “Reportase Investigasi” TRANS TV tampil menarik					
5.	Menurut saya tampilan awal untuk “Reportase Investigasi” TRANS TV sudah sesuai					

#### 4. Isi Pesan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Penggunaan bahasa yang disampaikan oleh narator dalam tayangan berita itu mampu memperjelas informasi yang saya peroleh melalui tayangan tersebut					
2.	Menurut saya informasi yang disampaikan oleh tayangan menarik.					
3.	Informasi yang disampaikan menurut saya sudah dapat dipahami oleh pemirsa.					
4.	Menurut saya isi pesan yang disampaikan sudah cukup lengkap.					
5.	Menurut saya perlu ada penambahan isi pesan yang memberikan alternatif makanan sehat dan cara mendapatkannya.					

#### 4. Nilai Berita

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya, tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV memberikan manfaat bagi masyarakat.					
2.	Menurut saya, materi berita yang disajikan dalam “Reportase Investigasi” TRANS TV objektif atau tidak mengada – ada					
3.	Menurut saya materi berita yang disajikan dapat sangat membantu masyarakat.					
4.	Menurut saya tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV sangat diperlukan.					
5.	Menurut saya tayangan tersebut memberikan pencerahan bagi masyarakat tentang pengelolaan makan yang benar.					

#### Variabel Y (Persepsi Ibu Rumah Tangga)

##### 1. Attention

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Setelah menonton tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV saya menjadi lebih memperhatikan kemasan produk sebelum membelinya					
2.	Kondisi kemasan suatu produk mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk tersebut.					

3.	Saya sangat memperhatikan makanan yang akan saya berikan kepada anak saya.					
4.	Kandungan gizi menjadi perhatian saya dalam memberikan makanan kepada keluarga saya.					
5.	Saya menjadi lebih berhati-hati dalam memilih bahan makanan untuk keluarga saya.					

## 2. Organization

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pengaruh tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV terhadap tingkat pengetahuan saya tentang produk yang layak digunakan					
2.	Setelah menonton tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV saya mampu membedakan mana produk asli dan palsu					
3.	Setelah menonton tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV, saya menjadi mengerti mengenai bahan-bahan kimia yang berbahaya					
4.	Setelah menonton tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV, saya berusaha untuk menyebarkan informasi yang saya terima di lingkungan saya.					
5.	Saya berusaha untuk membangun keluarga yang sehat setelah melihat tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV.					

### 3. Interpretation

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut saya, tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV membuat saya semakin waspada dalam memberikan jajan kepada keluarga saya					
2.	Saya berpendapat bahwa tayang “Reportase Investigasi” TRANS TV dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman yang besar mengenai jajanan dan makanan yang dijual					
3.	Saya berusaha untuk menNari makanan yang sehat setelah menonton tayangan Reportase Investigasi” TRANS TV					
4.	Menurut saya tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV membuka keburukan pedagang nakal					
5.	Menurut saya tayangan “Reportase Investigasi” TRANS TV tidak mengeneralisir satu berita terhadap obyek pemberitaannya					



# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1**  
**VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	
1	4	4	4	4	3	19	3	3	2	2	2	12	4	4	3	4	4	19
2	4	2	2	4	3	15	2	2	2	2	2	10	4	3	4	4	4	19
3	4	4	2	4	2	16	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20
4	4	2	4	4	3	17	4	4	3	3	3	17	3	4	3	4	4	18
5	3	2	3	3	3	14	4	4	4	3	3	18	3	3	3	4	4	17
6	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	4	19
7	3	3	4	3	3	16	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	4	16
8	3	3	3	4	2	15	2	4	4	5	3	18	3	5	3	5	4	20
9	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
10	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	15
11	4	3	2	3	3	15	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20
12	4	3	4	2	4	17	2	4	4	4	2	16	4	4	4	4	4	20
13	3	4	3	4	4	18	2	4	4	4	2	16	2	4	4	4	4	18
14	3	2	3	2	4	14	2	3	4	4	4	17	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	4	3	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
16	3	3	3	3	2	14	2	4	2	4	3	15	3	4	4	4	4	19
17	4	2	4	3	3	16	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	3	18
18	3	3	3	3	2	14	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	5	19	5	4	3	3	4	19

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5		y3.1	y3.2	y3.3	y3.4	y3.5	
2	3	2	4	4	15	2	3	2	2	3	12	2	2	2	2	2	10
2	4	2	3	3	14	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	4	15	4	4	4	4	4	20	2	4	2	2	4	14
4	3	2	2	3	14	2	4	3	2	2	13	4	3	3	3	3	16
4	3	3	3	3	16	4	3	4	2	2	15	2	2	2	4	2	12
4	3	2	2	2	13	4	3	2	3	3	15	3	2	2	2	2	11
3	4	4	4	3	18	2	4	3	4	4	17	4	3	3	3	3	16
4	4	4	2	2	16	4	2	2	3	3	14	4	2	2	2	2	12
3	4	3	3	2	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	2	4	4	18	4	3	4	2	2	15	2	4	2	4	4	16
5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
5	5	4	3	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
4	5	2	3	4	18	4	4	2	4	4	18	3	3	3	4	3	16
3	4	2	4	3	16	3	3	2	3	3	14	3	4	2	4	4	17
3	3	2	3	2	13	2	2	2	2	4	12	3	3	3	4	4	17
5	4	3	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	4	18
4	3	3	4	4	18	4	4	2	2	4	16	4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16	4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	3	17
4	4	3	4	2	17	4	3	2	4	4	17	4	4	4	3	4	19
3	3	4	3	3	16	4	2	4	4	4	18	4	3	4	2	4	17

## LAMPIRAN II UJI ITEM PERTANYAAN

### Correlations

		Correlations					Kemasan Acara
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	
x1.1	Pearson Correlation	1	,171	,159	,158	,242	,487*
	Sig. (2-tailed)		,470	,503	,507	,304	,029
	N	20	20	20	20	20	20
x1.2	Pearson Correlation	,171	1	,256	,439	,287	,740**
	Sig. (2-tailed)	,470		,275	,053	,220	,000
	N	20	20	20	20	20	20
x1.3	Pearson Correlation	,159	,256	1	-,015	,515*	,652**
	Sig. (2-tailed)	,503	,275		,948	,020	,002
	N	20	20	20	20	20	20
x1.4	Pearson Correlation	,158	,439	-,015	1	-,080	,482*
	Sig. (2-tailed)	,507	,053	,948		,738	,031
	N	20	20	20	20	20	20
x1.5	Pearson Correlation	,242	,287	,515*	-,080	1	,667**
	Sig. (2-tailed)	,304	,220	,020	,738		,001
	N	20	20	20	20	20	20
Kemasan Acara	Pearson Correlation	,487*	,740**	,652**	,482*	,667**	1
	Sig. (2-tailed)	,029	,000	,002	,031	,001	
	N	20	20	20	20	20	20

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

		Correlations					Isi Pesan
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	
x2.1	Pearson Correlation	1	,269	,211	-,149	,351	,497*
	Sig. (2-tailed)		,251	,373	,530	,130	,026
	N	20	20	20	20	20	20
x2.2	Pearson Correlation	,269	1	,652**	,462*	,321	,750**
	Sig. (2-tailed)	,251		,002	,040	,167	,000
	N	20	20	20	20	20	20
x2.3	Pearson Correlation	,211	,652**	1	,543*	,499*	,831**
	Sig. (2-tailed)	,373	,002		,013	,025	,000
	N	20	20	20	20	20	20
x2.4	Pearson Correlation	-,149	,462*	,543*	1	,334	,624**
	Sig. (2-tailed)	,530	,040	,013		,150	,003
	N	20	20	20	20	20	20
x2.5	Pearson Correlation	,351	,321	,499*	,334	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,130	,167	,025	,150		,000
	N	20	20	20	20	20	20
Isi Pesan	Pearson Correlation	,497*	,750**	,831**	,624**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,026	,000	,000	,003	,000	
	N	20	20	20	20	20	20

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Correlations

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	Nilai Berita
x3.1	Pearson Correlation	1	,070	,152	-,146	,000	,462*
	Sig. (2-tailed)		,771	,522	,539	1,000	,040
	N	20	20	20	20	20	20
x3.2	Pearson Correlation	,070	1	,190	,549*	,466*	,746**
	Sig. (2-tailed)	,771		,421	,012	,038	,000
	N	20	20	20	20	20	20
x3.3	Pearson Correlation	,152	,190	1	,280	,102	,573**
	Sig. (2-tailed)	,522	,421		,231	,669	,008
	N	20	20	20	20	20	20
x3.4	Pearson Correlation	-,146	,549*	,280	1	,294	,627**
	Sig. (2-tailed)	,539	,012	,231		,208	,003
	N	20	20	20	20	20	20
x3.5	Pearson Correlation	,000	,466*	,102	,294	1	,555*
	Sig. (2-tailed)	1,000	,038	,669	,208		,011
	N	20	20	20	20	20	20
Nilai Berita	Pearson Correlation	,462*	,746**	,573**	,627**	,555*	1
	Sig. (2-tailed)	,040	,000	,008	,003	,011	
	N	20	20	20	20	20	20

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		y 1.1	y 1.2	y 1.3	y 1.4	y 1.5	Attention
y 1.1	Pearson Correlation	1	,365	,319	,019	-,040	,645**
	Sig. (2-tailed)		,114	,171	,935	,866	,002
	N	20	20	20	20	20	20
y 1.2	Pearson Correlation	,365	1	,207	,168	,137	,631**
	Sig. (2-tailed)	,114		,381	,480	,564	,003
	N	20	20	20	20	20	20
y 1.3	Pearson Correlation	,319	,207	1	,068	-,073	,563**
	Sig. (2-tailed)	,171	,381		,776	,761	,010
	N	20	20	20	20	20	20
y 1.4	Pearson Correlation	,019	,168	,068	1	,363	,532*
	Sig. (2-tailed)	,935	,480	,776		,116	,016
	N	20	20	20	20	20	20
y 1.5	Pearson Correlation	-,040	,137	-,073	,363	1	,458*
	Sig. (2-tailed)	,866	,564	,761	,116		,042
	N	20	20	20	20	20	20
Attention	Pearson Correlation	,645**	,631**	,563**	,532*	,458*	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,003	,010	,016	,042	
	N	20	20	20	20	20	20

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	y2.5	Organization
y2.1	Pearson Correlation	1	,113	,320	,327	,203	,639**
	Sig. (2-tailed)		,635	,169	,159	,391	,002
	N	20	20	20	20	20	20
y2.2	Pearson Correlation	,113	1	,267	,219	,248	,564**
	Sig. (2-tailed)	,635		,255	,354	,292	,010
	N	20	20	20	20	20	20
y2.3	Pearson Correlation	,320	,267	1	,137	-,047	,560*
	Sig. (2-tailed)	,169	,255		,564	,843	,010
	N	20	20	20	20	20	20
y2.4	Pearson Correlation	,327	,219	,137	1	,598**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,159	,354	,564		,005	,000
	N	20	20	20	20	20	20
y2.5	Pearson Correlation	,203	,248	-,047	,598**	1	,622**
	Sig. (2-tailed)	,391	,292	,843	,005		,003
	N	20	20	20	20	20	20
Organization	Pearson Correlation	,639**	,564**	,560*	,738**	,622**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,010	,010	,000	,003	
	N	20	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		y3.1	y3.2	y3.3	y3.4	y3.5	Interpretation
y3.1	Pearson Correlation	1	,202	,637**	-,127	,149	,539*
	Sig. (2-tailed)		,393	,003	,593	,531	,014
	N	20	20	20	20	20	20
y3.2	Pearson Correlation	,202	1	,385	,332	,831**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,393		,093	,153	,000	,000
	N	20	20	20	20	20	20
y3.3	Pearson Correlation	,637**	,385	1	,186	,552*	,799**
	Sig. (2-tailed)	,003	,093		,431	,012	,000
	N	20	20	20	20	20	20
y3.4	Pearson Correlation	-,127	,332	,186	1	,382	,512*
	Sig. (2-tailed)	,593	,153	,431		,096	,021
	N	20	20	20	20	20	20
y3.5	Pearson Correlation	,149	,831**	,552*	,382	1	,836**
	Sig. (2-tailed)	,531	,000	,012	,096		,000
	N	20	20	20	20	20	20
Interpretation	Pearson Correlation	,539*	,786**	,799**	,512*	,836**	1
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000	,021	,000	
	N	20	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: Kemasan Acara

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	5

## Reliability

### Scale: Isi Pesan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	5

## Reliability

### Scale: Nilai Berita

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	5

## Reliability

### Scale: Attention

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,634	5

## Reliability

### Scale: Organization

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,609	5

## Reliability

### Scale: Interpretation

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	5

### LAMPIRAN III

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

Usia	Pendidikan	Pendapatan
1	3	3
3	3	3
2	2	3
3	2	3
1	3	3
1	2	3
2	2	3
2	2	4
2	2	3
1	2	3
2	2	4
2	2	2
2	3	3
3	2	3
1	3	4
1	2	4
2	3	3
1	3	3
2	3	3
3	2	3
2	3	4
2	2	3
2	3	4
2	2	2
1	3	4
2	3	3
3	2	3
2	2	3
1	2	4
3	2	3







Nonton RI	Nonton RI Food&Bev	Faktor Nonton	Perk Berita	Lama Memahami	X1	X2	X3	Y
<5 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	2	3	3
5-10 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	3	4	3
5-10 kali	5-10 kali	Isi Berita	5-10 kali	<5 menit	3	3	2	4
<5 kali	<5 kali	Isi Waktu Luang	5 kali	<5 menit	3	2	3	3
<5 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	<5 menit	4	3	4	2
5-10 kali	5-10 kali	Isi Berita	5 kali	<5 menit	3	3	3	2
5-10 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	3	3	4
10-15 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5-10 kali	<5 menit	3	2	3	4
5-10 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	3	4	4
5-10 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5-10 kali	<5 menit	3	4	3	3
5-10 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	<5 menit	4	3	3	4
<5 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5-10 kali	5-10 menit	3	2	3	4
<5 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	<5 menit	4	3	4	4
5-10 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5-10 kali	<5 menit	3	3	4	4
<5 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	3	3	3
5-10 kali	5-10 kali	Isi Berita	5 kali	<5 menit	4	3	4	4
5-10 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5 kali	<5 menit	3	3	4	4
<5 kali	<5 kali	Isi Waktu Luang	5 kali	5-10 menit	3	3	3	4
5-10 kali	<5 kali	Isi Waktu Luang	5 kali	<5 menit	3	2	3	3
5-10 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5-10 kali	<5 menit	3	2	3	4
<5 kali	<5 kali	Isi Waktu Luang	5 kali	5-10 menit	3	3	4	4
5-10 kali	5-10 kali	Ingin Tahu	5-10 kali	<5 menit	2	3	4	4
<5 kali	<5 kali	Isi Berita	5 kali	<5 menit	2	3	3	3
5-10 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	3	3	3
5-10 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	<5 menit	3	3	4	4
<5 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	3	2	4
5-10 kali	5-10 kali	Isi Berita	5-10 kali	<5 menit	3	4	3	3
<5 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	<5 menit	3	3	3	3
5-10 kali	<5 kali	Ingin Tahu	5 kali	5-10 menit	3	2	4	2
5-10 kali	5-10 kali	Isi Waktu Luang	5-10 kali	<5 menit	3	3	3	2

## LAMPIRAN V

### HASIL UJI CROSS TABULATION

#### Crosstabs

##### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Menonton Reportase Investigasi * Persepsi Ibu Rumah Tangga	30	100,0%	0	,0%	30	100,0%

##### Menonton Reportase Investigasi \* Persepsi Ibu Rumah Tangga Crosstabulation

Count

		Persepsi Ibu Rumah Tangga			Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	
Menonton Reportase	<5	1	5	4	10
Investigasi	5-10	3	5	11	19
	10-15	0	0	1	1
Total		4	10	16	30

##### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,658 <sup>a</sup>	4	,033
Likelihood Ratio	5,891	4	,036
Linear-by-Linear Association	2,588	1	,024
N of Valid Cases	30		

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Menonton Reportase Investigasi Makanan dan jajanan tidak sehat * Persepsi Ibu Rumah Tangga	30	100,0%	0	,0%	30	100,0%

### Menonton Reportase Investigasi Makanan dan jajanan tidak sehat \* Persepsi Ibu Rumah Tangga Crosstabulation

Count

		Persepsi Ibu Rumah Tangga			Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	
Menonton Reportase Investigasi Makanan dan jajanan tidak sehat	<5	2	7	7	16
	5-10	2	3	9	14
Total		4	10	16	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asy mp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,724 <sup>a</sup>	2	,042
Likelihood Ratio	3,763	2	,041
Linear-by-Linear Association	1,501	1	,048
N of Valid Cases	30		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,87.

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Faktor menonton Reportase Investigasi * Persepsi Ibu Rumah Tangga	30	100,0%	0	,0%	30	100,0%

### Faktor menonton Reportase Investigasi \* Persepsi Ibu Rumah Tangga Crosstabulation

Count

		Persepsi Ibu Rumah Tangga			Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	
Faktor menonton	Isi atau Topik Berita	1	2	2	5
Reportase Investigasi	Hanya Ingin Tahu	2	6	12	20
	Mengisi Waktu Luang	1	2	2	5
Total		4	10	16	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asy mp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,200 <sup>a</sup>	4	,039
Likelihood Ratio	6,191	4	,039
Linear-by-Linear Association	3,163	1	,046
N of Valid Cases	30		

a. 7 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,67.

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perkembangan Pemberitaan Reportase Investigasi * Persepsi Ibu Rumah Tangga	30	100,0%	0	,0%	30	100,0%

### Perkembangan Pemberitaan Reportase Investigasi \* Persepsi Ibu Rumah Tangga Crosstabulation

Count

		Persepsi Ibu Rumah Tangga			Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	
Perkembangan Pemberitaan Reportase Investigasi	<5	3	8	10	21
	5-10	1	2	6	9
Total		4	10	16	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asy mp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,952 <sup>a</sup>	2	,045
Likelihood Ratio	3,975	2	,047
Linear-by-Linear Association	2,594	1	,044
N of Valid Cases	30		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,20.

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
waktu untuk memahami Reportase Investigasi * Persepsi Ibu Rumah Tangga	30	100,0%	0	,0%	30	100,0%

### waktu untuk memahami Reportase Investigasi \* Persepsi Ibu Rumah Tangga Crosstabulation

Count

		Persepsi Ibu Rumah Tangga			Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	
waktu untuk memahami	>5 menit	3	5	10	18
Reportase Investigasi	5-10 menit	1	5	6	12
Total		4	10	16	30

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asy mp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,333 <sup>a</sup>	2	,005
Likelihood Ratio	8,491	2	,003
Linear-by-Linear Association	3,060	1	,018
N of Valid Cases	30		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,60.

## LAMPIRAN VI

### HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

#### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nilai Berita, Isi Pesan, Kemasan Acara	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: Persepsi Ibu Rumah Tangga

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 <sup>a</sup>	,618	,540	,11450

- a. Predictors: (Constant), Nilai Berita, Isi Pesan, Kemasan Acara

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,019	3	4,740	8,638	,001 <sup>a</sup>
	Residual	15,181	26	,549		
	Total	15,200	29			

- a. Predictors: (Constant), Nilai Berita, Isi Pesan, Kemasan Acara  
b. Dependent Variable: Persepsi Ibu Rumah Tangga

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,824	1,345		4,349	,000
	Kemasan Acara	,136	,321	,096	1,207	,239
	Isi Pesan	,228	,268	,236	3,104	,033
	Nilai Berita	,614	,242	,292	4,107	,001

- a. Dependent Variable: Persepsi Ibu Rumah Tangga

## LAMPIRAN VII

### HASIL KORELASI BERGANDA

#### Correlations

		Correlations			
		Kemasan Acara	Isi Pesan	Nilai Berita	Persepsi Ibu Rumah Tangga
Kemasan Acara	Pearson Correlation	1	,470**	-,005	,165
	Sig. (2-tailed)		,009	,980	,383
	N	30	30	30	30
Isi Pesan	Pearson Correlation	,470**	1	,121	,409*
	Sig. (2-tailed)	,009		,525	,025
	N	30	30	30	30
Nilai Berita	Pearson Correlation	-,005	,121	1	,509**
	Sig. (2-tailed)	,980	,525		,004
	N	30	30	30	30
Persepsi Ibu Rumah Tangga	Pearson Correlation	,165	,409*	,509**	1
	Sig. (2-tailed)	,383	,025	,004	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).